

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

JÉSSICA SILVA CORSINO

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E O IMPACTO NO BEM-ESTAR
SOCIAL: UMA INVESTIGAÇÃO DAS PRÁTICAS NO BRASIL NO PERÍODO DE
1999-2002**

CURITIBA

2017

JÉSSICA SILVA CORSINO

**RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E O IMPACTO NO BEM-ESTAR
SOCIAL: UMA INVESTIGAÇÃO DAS PRÁTICAS NO BRASIL NO PERÍODO DE
1999-2002**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Econômicas, no Curso de Graduação em Ciências Econômicas, Setor de Sociais Aplicadas, da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Professora Raquel Rangel de Meireles
Guimarães

CURITIBA

2017

TERMO DE APROVAÇÃO

JÉSSICA SILVA CORSINO

RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL E O IMPACTO NO BEM-ESTAR
SOCIAL: UMA INVESTIGAÇÃO DAS PRÁTICAS NO BRASIL NO PERÍODO DE
1999-2002

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel no Curso de Ciências Econômicas, Setor Social Aplicadas, da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof^a Raquel Rangel de Meireles Guimarães
Departamento de Ciências Econômicas,
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

Prof^a Dra. Aline Cristina da Cruz
Departamento de Ciências Econômicas,
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

Prof^a Denise Maria Maia
Departamento de Ciências Econômicas
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

Curitiba, 30 de Novembro de 2017.

Dedico esse trabalho a minha mãe
Rosilene e ao meu pai José. Vocês me
ensinaram que com amor e perseverança
podemos realizar nossos sonhos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, imensamente, aos meus pais, por sempre terem dedicado suas vidas à batalha de conseguir criar seus filhos provendo educação e tudo o mais que lhes foi negado. Vocês são os melhores exemplos que eu poderia ter. Agradeço às minhas irmãs, que sempre me apoiaram e me incentivaram.

Quero agradecer a todos os professores e colegas que fizeram parte desta caminhada na universidade. Foi uma experiência incrível que guardarei sempre no meu coração. E a todos que, direta ou indiretamente, fizeram parte da minha formação não apenas acadêmica, mas também pessoal e profissional. Vocês todos fazem parte dessa história.

Por fim, agradeço à minha orientadora Rangel de Meireles Guimarães, pelo seu tempo e dedicação.

If it dosen't challenge you, it won't
change you.

(Bette Davis)

RESUMO

Desde os anos 90, a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) vem se tornando uma temática cada vez mais presente e importante nos círculos acadêmicos e de gestão empresarial. Na sociedade contemporânea, observa-se cada vez mais a necessidade da interdependência de forças – sociedade e empresas – para se atingir o desenvolvimento sustentável. As práticas de RSE vão além da maximização dos lucros e da melhoria da imagem das corporações, e propõem-se a influir no crescimento e evolução do público interno e externo à empresa, procurando agregar valor à toda sua cadeia produtiva, dos fornecedores ao cliente final. A importância dessas práticas para o bem-estar da sociedade pode ser desmembrada em diferentes ações que vão desde a simples implantação de melhorias fabris para o meio ambiente até ações de filantropia voltadas para a educação. Mas quais os ganhos líquidos reais no bem-estar com essas práticas? Tais ações geram realmente o desenvolvimento sustentável? No Brasil, observa-se um grande aumento desta modalidade, porém qual o perfil das ações de RSE no país e qual o caminho as empresas devem seguir? Essas são algumas das perguntas que este trabalho tem por objetivo responder.

Palavras-chave: Responsabilidade Social Empresarial. Bem-estar social. Brasil.

ABSTRACT

Since the 1990s, Corporate Social Responsibility (CSR) has become an increasingly important issue in academic and business management circles. In contemporary society, there is a growing need for the interdependence of forces - society and companies - to achieve sustainable development. CSR practices go beyond maximizing profits and improving the image of corporations, and they aim to influence the growth and evolution of the internal and external public, seeking to add value to the entire production chain, from suppliers to the final customer. The importance of these practices for the well-being of society can be broken down into different actions ranging from the simple implementation of factory improvements to the environment to philanthropic actions geared toward education. But what are the real gains in well-being with these practices? Do such actions actually generate sustainable development? In Brazil, this modality is increasing exponentially, but what is the profile of CSR actions in the country and which way should companies follow? These are some of the questions that this paper aims to answer.

Key-words: Corporate Social Responsibility. social welfare. Brazil.

LISTA DE SIGLAS

ADCE	Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas
Gife	Grupo de Instituições, Fundações e Empresas
Ibase	Instituto Brasileiro de Análises Sociais
Ides	Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social
Ipea	Instituto de Pesquisa e Economia Aplicada
ONG	Organização não governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
Oscip	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
SER	Responsabilidade social empresarial
RSC	Responsabilidade social corporativa
RSA	Responsabilidade social ambiental
WBCSD	World Business Council for Sustainable Development (Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável)

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
2	RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: CONCEITOS E IMPACTOS SOBRE A ECONOMIA E O BEM-ESTAR.....	13
2.1	CONCEITO.....	13
2.2	A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS	15
2.2.1	Por que as empresas assumem responsabilidade social?	16
2.2.1.1	Ação Voluntária de SER.....	18
2.2.1.2	Programas Governamentais.....	20
2.2.2	Perfil das Práticas de Responsabilidade Social	21
2.3	MOTIVAÇÕES PARA A ADOÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL	22
2.4	SURGIMENTO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NO MUNDO E NO BRASIL.....	24
2.4.1	Levantamento Histórico	24
2.4.2	O Início das Práticas de RSE no Brasil.....	25
2.5	A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL.....	27
3	PANORÂMA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NO BRASIL	30
3.1	O PERFIL BRASILEIRO DAS PRÁTICAS DE RSE	30
4	CONCLUSÃO.....	34
	REFERÊNCIAS.....	36

1 INTRODUÇÃO

O sistema econômico está sempre em constante mudança e desenvolvimento, porém, sua natureza evolutiva pode não apenas trazer benefícios, como também externalidades negativas para a sociedade. Em seu desenvolvimento, o sistema tende a acentuar suas características, desencadeando graves problemas no âmbito social. Por exemplo: o materialismo e o consumismo, inerentes ao sistema capitalista, tendem a desencadear outros problemas, como a devastação da natureza, a exploração do homem pelo homem, pobreza e, até mesmo, a perda de valores decorrentes dessa conjuntura. Nesse contexto, o discurso da responsabilidade social, “invade e se institucionaliza na sociedade contemporânea criando diferentes formas e instrumentos através dos quais os efeitos negativos da modernidade e do capitalismo podem ser minimizados” (BANDEIRA; PARRA, 2009, p.309 – tradução da autora).

De acordo com Junqueira (2004), a complexidade dos problemas sociais como o consumismo desenfreado, a busca pelo lucro, as desigualdades sociais, a exploração da mão de obra, o crescimento populacional das grandes cidades nos países em desenvolvimento torna, portanto, necessário integrar os diversos atores sociais e organizacionais na gestão de políticas sociais. Conforme Moon (2007, tradução da autora), em um discurso durante o *World Summit on Sustainable Development Meet*, realizado, em Joanesburgo, em 2002, Kofi Annan, então secretário-geral da Organização das Nações Unidas (ONU), afirmou “Cada vez mais, temos percebido que é apenas mobilizando o setor corporativo que iremos realizar significativo progresso. O setor corporativo dispõe de financiamento, tecnologia e gestão para fazer isso acontecer”. Os governos, então, têm se voltado cada vez mais para essas entidades corporativas na busca de parcerias e leis que contribuam para o fator social e coletivo.

A preocupação com questões éticas e a dimensão da atividade empresarial é um tema abordado desde o aprofundamento das crises do capitalismo. Gendron (2000 apud KLEITON, 2004, p. 4) aponta que a decepção com o liberalismo, a necessidade das empresas de melhorar sua imagem numa época em que os monopólios faziam fortuna, a aprimoração das Ciências Administrativas e a profissionalização da atividade gerencial foram fatores decisivos para o surgimento das críticas de caráter ético e social ao mundo dos negócios.

Segundo Tenório (2006), a abordagem da atuação social empresarial, propriamente dita, surgiu no início do século XX, com o filantropismo. Em seguida, com o esgotamento do modelo industrial e o desenvolvimento da sociedade pós-industrial, o conceito evoluiu, passando a incorporar os anseios dos agentes sociais no plano de negócios das corporações. Em outras palavras, no concernente a essa temática, o que existe no âmbito empresarial contemporâneo é a evolução do debate sobre o papel social das empresas, iniciado no começo do século passado, e que tem englobado questões como desenvolvimento sustentável, meio ambiente e direitos humanos, numa perspectiva global.

Um dos possíveis meios de atuação social das empresas é a responsabilidade social empresarial (RSE). Uma das principais instituições responsáveis pela disseminação da RSE é o Instituto Ethos (2004), que a conceitua como forma de gestão definida pelo posicionamento ético e transparente da empresa perante todos os públicos com os quais esta se relaciona. E pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, com foco na preservação dos recursos ambientais e culturais para gerações futuras, no respeito à diversidade e na redução das desigualdades sociais.

A gama de problemas a ser enfrentada, amenizada ou solucionada com a ajuda dos esforços empreendidos pelas corporações é bastante ampla. Alguns exemplos de ações de RSE são: realização de doações e parcerias com instituições sem fins lucrativos; desenvolvimento de projetos de empreendedorismo nas comunidades em que a empresa atua; e adoção de processos e infraestrutura que visem à redução da produção de resíduos e a emissão de poluentes.

Tenório (2006) acrescenta que, apesar da grande relevância da RSE nos dias atuais, o tema ainda é objeto de debates dinâmicos, polêmicos e muito abrangentes. Vários estudiosos divergem com relação a conceitos, abordagens e condutas éticas no tocante aos lucros gerados pelas empresas e aos motivos que as levam a adotar atividades sociais. Ademais, a problemática é de difícil limitação e os trabalhos empíricos são pouco conclusivos em virtude da diversidade e da dimensão dos problemas sociais, bem como do dinamismo das ações corretoras que as empresas podem adotar para auxiliar o coletivo. Como ilustrado por Reinhardt, Stavins e Vietor (2008), dados referentes ao desempenho ambiental são tipicamente muito limitados e, em razão da dificuldade de observar contrafatores, é difícil demonstrar que as

empresas, de fato, sacrificam seus ganhos ao realizar uma ação de responsabilidade social. Por exemplo, setores industriais, cada um deles com várias empresas, normalmente realizam ações conjuntas de RSE, não havendo, assim, grupo de comparação.

Neste trabalho, objetiva-se explicar sobre a temática da responsabilidade social empresarial – história, conceitos, práticas empresariais - visando entender melhor como essas ações se institucionalizaram e se difundiram, além de indagar sobre o real impacto dessas ações no bem-estar social. Para tal, é realizada uma investigação sobre a cena da RSE no Brasil com vistas a clarificar qual caminho as atuações têm tomado e quais deveriam tomar.

Este trabalho está organizado em dois capítulos, sendo o Capítulo 1 dedicado à revisão bibliográfica, na qual é exposto um apanhado teórico e histórico sobre os conceitos de responsabilidade social empresarial, a importância das ações empresariais para o bem coletivo e o tratamento desse tema na literatura na área de Economia. Na sequência, no Capítulo 2, é apresentado o panorama da RSE no Brasil, a partir de dados secundários.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL: CONCEITOS E IMPACTOS SOBRE A ECONOMIA E O BEM-ESTAR

Neste capítulo, é apresentado o conceito de responsabilidade social empresarial (RSE) e suas diferentes abordagens, de acordo com os estudos da área de Administração e Economia. Em seguida, são tratados os efeitos positivos e a importância da de tais práticas empresarias para o bem-estar social.

2.1 CONCEITO

De forma bastante sintética, responsabilidade social é a adoção voluntária por parte das corporações de práticas que culminem no bem-estar de seu público interno e externo (RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2017). Carrol (1999) comenta que o conceito de RSE sofreu diversas alterações ao longo do tempo, incorporando a teoria dos *stakeholders* e abordagens como a Gestão de Questões Sociais. Desenvolvendo-se de básica filantropia realizada pelos líderes de negócios para uma faceta do mundo moderno de negócios e gestão.

Para compreender a definição de RSE, vale estabelecer a sua oposição a outros tipos de responsabilidades sociais, que são: (i) responsabilidade social corporativa (RSC) e (ii) responsabilidade social ambiental (RSA). Esta têm ênfase na solução ou prevenção de problemas ambientais; aquela, por sua vez, volta-se especificamente ao público interno da empresa, com foco nas ações de negócio e no quadro funcional. Já a RSE mostra-se mais abrangente, pois envolve, além do público interno, os *stakeholders*, a comunidade externa e o meio ambiente.

Para Carrol (1979 apud LOURENÇO; SCHRÖDER, 2003), a RSE sustenta-se sobre quatro pilares, sendo eles: (i) responsabilidade econômica – a empresa deve ser lucrativa; (ii) responsabilidade legal – a organização deve obedecer a lei; (iii) responsabilidade ética – a corporação deve fazer o que é certo; e (iv) responsabilidade discricionária – a empresa deve contribuir para a comunidade e para a qualidade de vida coletiva.

De acordo com Blowfield e Frynas (2005, p. 501, tradução da autora), o Conselho Empresarial Mundial para o Desenvolvimento Sustentável (World Business Council for Sustainable Development – WBCSD) definiu, em 2002, que RSE é:

“o compromisso das empresas com o desenvolvimento econômico sustentável, trabalhando com seus funcionários, suas famílias, a comunidade local e a sociedade em geral para contribuir para a melhoria da qualidade de vida de todos”.

Empresas como a Microsoft (2017), por seu turno, entendem que a RSE não é apenas uma responsabilidade, mas também uma oportunidade de trabalhar em conjunto para promover a tecnologia e as necessidades da sociedade ao mesmo tempo, de modo que se salvaguardem os direitos humanos e se proteja o planeta. Já a Natura (2017) pauta sua RSE na sustentabilidade, buscando gerar impactos positivos, o que significa que a atuação da companhia deve ajudar a tornar o meio ambiente e a sociedade melhores, ultrapassando o atual paradigma de apenas reduzir e mitigar impactos.

Um último exemplo de conceito tomado por grandes empresas: a AmBev (2017) considera responsabilidade social o relacionamento com funcionários, comunidades, governos nacionais e organizações não governamentais (ONGs), bem como o consumo responsável de seus produtos. A empresa desenvolve ações em três pilares – (i) econômico, (ii) ambiental e (iii) social –, considerando sua rentabilidade como responsabilidade econômica para que o negócio possa gerar valores econômicos e financeiros para as partes interessadas – funcionários e investidores, por exemplo – declarando agir com ética em todas as suas ações.

Com base nas definições apresentadas por diferentes atores sociais, isto é, pesquisadores, organismos internacionais e empresas, confirma-se o que já haviam apontado Blowfield e Frynas (2005): o conceito de RSE não é homogêneo, como, muitas vezes, aparenta ou se deseja fazer crer. Na verdade, os autores avaliam que o termo se tornou tão abrangente que permite as pessoas interpretá-lo e adotá-lo para propósitos diferentes. Parte dessa polissemia se deve ao fato de o termo ser usado tanto como referência para práticas empresariais, como para agenda de pesquisa. Da mesma forma, Moon (2007, p. 298 – tradução da autora) afirma que a definição de RSE “varia não apenas em virtude do seu estatuto essencialmente contestado, mas também como reflexo das diferentes orientações práticas das empresas para as suas responsabilidades.”

Como apontado por Carrol (1991 apud MOON, 2007, p. 298), a RSE foi associada a diferentes propósitos estratégicos ‘subjacentes’ como: legitimidade, responsabilidade por externalidade e vantagem competitiva. Em seguida, passou a variar de acordo com seu conteúdo – econômico, legal, ético ou discricionário.

Na medida em que as empresas se responsabilizam pela definição da sua RSE, é razoável que o façam de forma a sopesar os impactos que surtiriam nos próprios negócios.

Assim, diferentes empresas dão ênfase variada às diferentes ondas de RSE tais como: envolvimento da comunidade, produtos e/ou processos socialmente responsáveis, e relações socialmente responsáveis com seus funcionários. Clarkson (1995) complementa enunciando que as práticas ainda podem variar de acordo com a abordagem empregada para identificação de responsabilidades e avaliação de práticas, especificamente, para os acionistas, ou no que se refere aos princípios e aos valores éticos desenvolvidos.

Global Compact, da Organização das Nações Unidas (ONU), é uma iniciativa desenvolvida para mobilizar a comunidade empresarial internacional. O programa resume essas metas de ações enfrentadas pelos líderes globalmente responsáveis em quatro desafios-chave: (i) pensar e agir num contexto global; (ii) ampliar o propósito da empresa para além dos resultados econômico-financeiros; (iii) colocar a ética como um atributo central; (iv) reestruturar a moralidade dos executivos visando introduzir transversalmente currículos de responsabilidade social empresarial (ALMEIDA, 2013).

2.2 A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS

Uma das definições fundamentais do conceito de RSE é a de Elhauge (2005 apud REINHARDT; STAVINS; VIETOR, 2008), que está assim enunciado: o ato de sacrificar o lucro em nome de interesses sociais. Porém, esse aspecto mencionado pelo autor é apenas um entre tantos que têm motivos e efeitos muito mais complexos.

Melo Neto e Froes (1999) ampliam essa definição ao afirmarem que a responsabilidade social da empresa consiste na sua decisão em participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente. Ao tomar essa decisão, a empresa se compromete a adotar uma postura que contribua para o desenvolvimento tanto interno, quanto externo, proporcionando um ambiente saudável para seus trabalhadores, acionistas e moradores da região. Além disso, pode garantir uma cadeia produtiva segura com seus fornecedores e buscar oferecer produtos de qualidade para seus clientes

Na próxima seção, são apresentados mais pormenorizadamente os motivos que levam as empresas a realizar ações de RSE e as características dessas atuações.

2.2.1 Por que as empresas assumem responsabilidade social?

Existe entre os pesquisadores um debate amplo sobre as razões pelas quais as empresas decidem realizar ações de RSE. Quando a atividade empresarial surgiu, as empresas eram cobradas apenas a produzirem com qualidade os bens e serviços que se propunham a ofertar, criarem empregos, pagarem impostos e maximizarem o retorno de seus acionistas independentemente das externalidades que gerassem. No cenário atual, porém, para as entidades corporativas modernas, ser socialmente responsável não é uma opção, mas uma exigência moral e empresarial. A esse respeito, Melo Rico (1998, p. 37 apud REIS, 2007, p, 285) registra que “há pressão na sociedade civil como um todo, no sentido de ‘cobrar’ ações efetivas do empresariado para se envolver no processo de desenvolvimento do país”. Sobre isso, Moon (2007) aponta quatro condutores para essa nova postura:

- a) Mercado – Novas demandas de consumidores. No novo nicho de mercado, consumidores tendem a mostrarem-se dispostos a pagar mais por produtos socialmente responsáveis;
- b) Social – Pressões de ONGs, atenção da mídia, expectativa da sociedade em geral e associações empresariais socialmente responsáveis;
- c) Governo – Uso de políticas e legislações mais brandas para incentivar a prática da RSE;
- d) Globalização – Pesquisas demonstram que empresas que possuem atividades em diferentes países dão maior atenção para sua RSE do que companhias com sede apenas em seu país de origem, como assinala Kolk (2005 apud MOON, 2005, p. 301, tradução da autora):

“Individualmente, as empresas estão desenvolvendo códigos corporativos que lhes permitam articular melhor e incorporar sua RSE em vários países de suas operações e em toda a sua cadeia de suprimentos global”.

Singer (2002, apud TENÓRIO, 2006) descreve a relação entre mercado e responsabilidade social na atualidade como um ambiente competitivo, no qual as empresas têm imagem, reputação e marca a resguardar. Em países que se configuram como Estados de direito, a sociedade civil reúne condições para mobilizar-se e retaliar as empresas socialmente irresponsáveis ou inidôneas. A cidadania

organizada pode levar os dirigentes de tais corporações a agir de forma responsável, ainda que isso confronte as convicções íntimas desses gestores e administradores.

Nesse contexto, duas óticas identificadas por Kleiton (2004) se tornam relevantes para explicar o comportamento das empresas nas atividades de RSE durante a década de 1980:

- a) Mercado e sociedade – Enfatiza a relação de interdependência existente entre empresa e sociedade, e destaca que, na condição de instituição social, a empresa deve estar a serviço da sociedade que a legitima, como em um contrato; e
- b) Gestão de questões sociais – Tem natureza utilitarista, nesta abordagem os problemas sociais são apenas questões de vertente estratégica. É menos progressista, acredita que a ética tem efeitos benéficos sobre os negócios e adapta as teses neoclássicas às últimas tendências de gestão estratégica.

French (1995 apud KLEITON, 2004, p. 7) expõe basicamente que a primeira abordagem acredita que as empresas e a sociedade são sistemas interdependentes. Portanto, no contrato social que funda e legitima uma organização produtiva, a sociedade reconhece esta última como agente, concedendo-lhe autoridade para utilizar recursos naturais, empregar pessoas e comercializar produtos. Em contrapartida, a empresa deve oferecer benefícios e vantagens, com o intuito de compensar a coletividade mediante ações de RSE.

Na segunda abordagem, como explicado por Jones (1996), as empresas realizam RSE por razões estratégicas. Ou seja, as ações que realizam estão sustentadas sobre o interesse da corporação de tirar proveito das oportunidades de mercado decorrentes de transações nos valores sociais, permitindo alcançar vantagens competitivas.

Bowen (1953 apud ALMEIDA, 2013) revela que existe um benefício mútuo; isso significa que, quando a ação social é desenvolvida no “contexto competitivo” de uma corporação, há vantagens tanto para a empresa, quanto para o desenvolvimento econômico. Dessa forma, há maior probabilidade de viabilizar uma atuação sinérgica entre a empresa e a organização social executora, na medida em que a *expertise* dos funcionários da companhia pode ser usada em prol do trabalho social.

Um exemplo é a Nestlé, que executa práticas de filantropia estratégica ao apoiar os produtores pobres de Moga, um distrito do estado de Punjab, na Índia, com crédito, assistência técnica e infraestruturas de comercialização. Com tais ações, a

transnacional conseguiu garantir uma rede estável de fornecedores locais de matéria-prima, além de promover melhorias significativas na qualidade de vida daquela comunidade. A ideia central é que a empresa deixe de ficar alheia aos impactos sociais e ecológicos que sua atividade produz no meio ambiente humano e natural em que se insere.

Reinhardt, Stavins e Vietor (2008, p. 225) identificam seis situações ou condições que motivam e facilitam a adoção da RSE pelas empresas. Todas envolvem intervenção governamental, competição imperfeita ou ambas:

- a) A imposição de restrições regulatórias exige que uma empresa, assim como seus concorrentes, realize algumas ações socialmente benéficas;
- b) A possibilidade de que tal produção não ser onerosa para a empresa;
- c) As ações socialmente benéficas podem reduzir as despesas comerciais de uma empresa em um valor maior do que o custo da ação em si;
- d) As ações socialmente benéficas podem gerar um aumento nas receitas e melhorar a imagem da empresa;
- e) As empresas podem optar por ir além do cumprimento integral das leis ambientais, de saúde ou de segurança, a fim de melhorar sua posição nas atuais ou futuras negociações regulatórias;
- f) Algumas empresas podem usar o excesso de confiança para estimular a futura regulamentação, o que tem o potencial de proporcionar uma vantagem competitiva com relação às empresas menos adaptáveis.

Sendo assim, certas empresas realizam ações de RSE voluntariamente, enquanto outras são compelidas a realizá-las, em razão das pressões governamentais e de mercado. Por isso, muitas vezes, é difícil identificar o verdadeiro motivo que levou a firma a adotar essa postura. Essas duas modalidades de práticas de RSE são tema das subseções que seguem.

2.2.1.1 Ação Voluntária de RSE

Uma ação voluntária de RSE é aquela que é empreendida, sem que haja a obrigatoriedade legal ou fiscal, por exemplo. Em suma, trata-se de práticas voltadas para o bem-estar da coletividade e para o meio ambiente adotadas espontaneamente pelas empresas (RESPONSABILIDADE SOCIAL, 2017).

De acordo com Reinhardt, Stavins e Vietor (2008), essa é a forma mais genuína de responsabilidade social empresarial, financiada majoritariamente por acionistas e funcionários. Enquanto investidores estiverem dispostos a financiar ações em prol da sociedade, as firmas podem executá-las. Porém, isso depende da posição da empresa no mercado (normalmente privilegiada), bem como da disposição dos acionistas a abrirem mão dos retornos a que teriam direito, destinando essas quantias a esses projetos.

Funcionários de empresas também são financiadores diretos dessas ações. Muitos estão dispostos a receber salários abaixo da média para trabalhar por uma causa em que acreditam, ou para firmas, cujos valores se alinham aos seus valores pessoais. Contudo, pesquisas empíricas buscando a correlação entre o salário que essas empresas ofertam e o bem-estar social são muito inconclusivas (REINHARDT; STAVINS; VIETOR, 2008).

É importante ressaltar que, nessa modalidade, todos os dispêndios financeiros destinados à produção do social, a serviço do bem comum, devem partir espontaneamente do sócio, acionista ou proprietário. Frey e Frey (2005, p. 5-6) citam o código de ética do Grupo de Institutos, Fundações e Empresas (GIFE), para sustentar essa ideia:

[...] as práticas de desenvolvimento social são de natureza distinta e não devem ser confundidas nem usadas como ferramentas de comercialização de bens tangíveis e intangíveis (fins lucrativos) por parte da empresa mantenedora, como são, por exemplo, marketing, promoção de vendas ou patrocínios, nem devem ser confundidos como políticas e procedimentos de recursos humanos, que objetivam o desenvolvimento e o bem-estar da própria força de trabalho, portanto, no interesse da empresa.

Jensen et al. (2002 apud REINHARDT; STAVINS; VIETOR, 2008, p. 226) acrescentam a essa discussão o conceito de investidor ético. O qual procura por empresas que ofertam produtos e serviços socialmente corretos, além de indivíduos que estão dispostos a pagar mais por esses produtos.

Em suma, a ação voluntária de RSE é a efetivação do comprometimento com o social e o ambiental desenvolvido e estimulado pelos membros da corporação, que podem fazer sugestões e participar ativamente de práticas desse cunho. Tal procedimento tende a facilitar a discussão de problemas sociais de toda a comunidade e pode contribuir para que a empresa trabalhe adequadamente sua própria imagem,

perante os públicos com os quais interage e estabeleça indicadores e metas para a avaliação de resultados (FREY; FREY, 2005)

Feitos esses esclarecimentos sobre a modalidade voluntária de RSE, a seção seguinte aborda um dos meios, pelos quais é possível adotar tais práticas. A adesão a programas governamentais voltados a Responsabilidade Social Empresarial.

2.2.1.2 Programas Governamentais

Os Governos vêem na RSE uma oportunidade de, ao mesmo tempo, maximizar os benefícios e reduzir os impactos ambientais e sociais causados pela atividade econômica. A esse respeito, Nash (2006 apud REINHARDT; STAVINS; VIETOR, 2008) aponta que muitos estudos foram feitos, com o propósito de identificar os motivos que levam a empresa a aderir voluntariamente a esses programas governamentais. Essa investigação revelou um padrão, qual seja:

- a) As empresas maiores tendem a participar mais de programas voluntários.
- b) Corporações que produzem um bem final ou que recebem maior pressão da sociedade ou de ONGs tendem a ser mais assíduas.
- c) Companhias com maiores emissões ou com registros de conformidade deficientes têm maior probabilidade de participar de tais programas.
- d) A participação pode ser influenciada positivamente por fatores como associação à indústria, despesas com pesquisa e desenvolvimento (P&D), cultura organizacional e discricção gerencial.

Dentre os estímulos governamentais que se enquadram nessa modalidade, é possível citar os incentivos fiscais e de financiamento. Moon (2007) enfatiza que há um crescente interesse governamental na adesão de empresas às práticas de RSE, porém, muitas leis não são claras, e a linha entre o que é uma ação voluntária e o que é uma ação obrigatória se torna muito tênue, sendo difícil fazer tal identificação. Um exemplo são os países desenvolvidos, como Alemanha, Noruega e Dinamarca, nos quais é obrigatório as fábricas instalarem filtros para a diminuição de emissão de gases. Nesse caso, a ação não é voluntária, mas compulsória, por força de lei.

De acordo com Reis (2007), no Brasil, o Governo Federal autoriza as empresas tributadas em regime de Lucro Real a deduzirem até 2% do lucro operacional bruto em doações. Desde que sejam destinadas a entidades sem fins lucrativos, pela Lei n. 9.790, de 23 de março de 1999 (conhecida como Lei das Oscips – Organizações da

Sociedade Civil de Interesse Público – Brasil, 1999), ou a entidades declaradas como de utilidade pública, pela Lei n. 91, de 28 de agosto de 1935, revogada pela Lei n. 13.204, de 14 de dezembro de 2015 (BRASIL, 2015).

2.2.2 Perfil das Práticas de Responsabilidade Social

Diversos autores atestam que o conceito de RSE é um termo guarda-chuva, ou seja, sob ao qual mantêm-se diferentes conotações. Isso ocorre em razão da variabilidade teórica e das diversas práticas as quais o termo engloba. Apesar dessa abrangência, tal conceito sempre está pautado na presença das seguintes características, conforme registrado por Blowfield e Frynas (2005):

- a) As empresas são responsáveis pelos impactos que causam na sociedade e no meio ambiente, muitas vezes, além do cumprimento legislativo e de sua responsabilidade individual;
- b) As companhias têm responsabilidade pelo comportamento daqueles, com os quais realizam negócios (ex.: cadeia de suprimentos).
- c) As organizações necessitam gerir sua relação com a coletividade, harmonizando-a com a viabilidade comercial e a agregação de valor à sociedade.

Vale salientar a situação descrita na alínea b, pois esta se faz especialmente importante por seu efeito em cadeia de propagação. O que essa característica evidencia é que a responsabilidade da empresa vai além das ações realizadas diretamente por ela. De acordo com os indicadores do Instituto Ethos analisados por Passador (2002), a empresa deve incentivar seus fornecedores e parceiros a aderir os compromissos que adota perante a sociedade. E também deve utilizar critérios voltados à responsabilidade social na escolha de seus fornecedores.

Outro ponto, identificado por Melo Neto e Froes (2001 apud REIS, 2007), diz respeito ao aspecto evolutivo das ações de gerenciamento social que contemplam enfoques e públicos-alvo distintos. Tais ações começam pela gestão social interna voltada aos funcionários e seus familiares e refere-se a questões regulares da empresa. Em seguida, passam a focar a gestão social externa, ou seja, a comunidade externa, os consumidores, bem como a preservação do meio ambiente, os impactos socioeconômicos, políticos e culturais gerados. Nesse ponto, as ações também concentram-se na preocupação com a qualidade do bem ou do serviço. Por último, as práticas de RSE englobam o exercício da gestão social cidadã, que extrapola a

comunidade e se estende pela sociedade como um todo, cooperando para o desenvolvimento e fomentando projetos locais e regionais com ações de filantropia, desenvolvimento de empregos, parcerias com o governo, entre outros.

2.3 MOTIVAÇÕES PARA A ADOÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

As motivações para a adoção das práticas de RSE vão desde ajudar a sociedade e o meio ambiente como um todo até trazer lucros para os acionistas de uma corporação de forma transparente. Nesse contexto, Nelson (2002 apud TENÓRIO, 2006) resume em três formas básicas a atuação social empresarial.

A primeira delas é permitir à organização atuar eticamente em suas atividades produtivas (ambiente, políticas adequadas de recursos humanos, cooperação tecnológica, qualidade e gestão ambiental, maximização de insumos, apoio ao desenvolvimento de empresas locais como fornecedores e distribuidores). A segunda diz respeito ao investimento social não apenas por meio de doações e filantropia, mas também pelo compartilhamento da capacidade gerencial técnica, desenvolvendo programas de voluntariado empresarial, adotando iniciativas de *marketing* social e apoiando iniciativas de desenvolvimento comunitário. E a terceira refere-se ao debate e ao desenvolvimento de políticas públicas, que colaborem no desenvolvimento de políticas fiscais, educacionais, produtivas, ambientais e outras.

O problema social a ser combatido em qualquer um desses três casos tem relação com questões culturais, geográficas, econômicas, políticas e ambientais locais. Sendo assim, cada região tende a dar maior ênfase à solução de certas mazelas do que a de outras. Por exemplo, um país pode desejar solucionar seus problemas ambientais, enquanto, para outros, o empoderamento e desenvolvimento de comunidades locais merece maior atenção.

Moon (2007) explica que a RSE e a agenda de desenvolvimento sustentável também se diferem de acordo com o sistema social, econômico, político e ambiental no qual está localizada. O que é tido como responsabilidade empresarial em um país pode ser entendido como responsabilidade exclusiva do Governo em outro.

A questão legislativa também apresenta discrepâncias. Países com maior índice de desenvolvimento tendem a ter leis ambientais e trabalhistas mais bem formuladas, tornando certas práticas de RSE obrigatórias, enquanto países em

desenvolvimento dispõem de leis mais fracas ou não contam com leis para determinadas atividades.

Segundo Idowu e Filho (2009), problemas como pobreza, falta de recursos para pagar dívidas externas, analfabetismo, AIDS/HIV, corrupção e falta de saneamento básico são problemas típicos de países em desenvolvimento. Aquecimento global, terrorismo, lavagem de dinheiro e emissão de CO₂, por sua vez, são problemas que assolam países desenvolvidos. Afunilando para uma perspectiva regional, Frey e Frey (2005) destacam que as diferenças regionais nas práticas de RSE variam conforme fatores de ordem política, cultural e religiosa, bem como condições de vida das comunidades e ao acesso a serviços públicos governamentais.

Além disso, também devem ser levadas em conta as preocupações éticas dos gerentes de negócios que podem diferir entre nações. Por exemplo, gerentes de companhias multinacionais devem atender às expectativas de seu escritório local e da matriz da empresa. Nessa perspectiva, Blowfield e Frynas (2005) sustentam que qualquer definição de RSE corre o risco de não contemplar a complexidade e a abrangência das ações efetivadas, principalmente, ao se observar que novas iniciativas parecem emergir continuamente.

Sendo assim, dentre os diversos campos de projetos sociais, a firma irá escolher implementar aquele que condiz mais com sua ideologia, valores, cultura, estratégias, retorno e o custo envolvido. Alguns exemplos de ações do tipo, conforme Reinhardt, Stavins e Vietor (2008) e Idowu e Filho (2009), são: adoção de plantas de fábricas que reduzam a emissão de gás carbônico ou de outras substâncias químicas; gerenciamento de programas de treinamento para a comunidade local, na qual a empresa está instalada; doações para organizações de caridade; constituição ou financiamento de creches fora da empresa para os funcionários e moradores da região; incorporação de matérias-primas sustentáveis na produção; implementação de processos para tratamento de resíduos; apoio financeiro para escolas e universidades locais para a capacitação da população; doação de comida para os moradores de rua, etc..

2.4 SURGIMENTO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NO MUNDO E NO BRASIL

Para se entender como as questões relacionadas à RSE surgiram, deve-se realizar uma análise do contexto histórico e econômico, pelo qual o mundo passava. Kleiton (2004) comenta que o início da ética empresarial como campo de estudos foi permeado pela evolução do sistema econômico e pelas mudanças pelas quais passaram as sociedades industriais. O autor, citando os trabalhos de Adriooff e McIntosh (2001), Carrol e Buchholtz (2000) e Korten (1995), ressalta que foram as transformações (e excessos) do capitalismo que deram origem a esse campo de questionamento ético, na medida em que as empresas privadas, transformadas em gigantescos conglomerados e multinacionais, começaram a dar mostras de um poder sem precedentes.

2.4.1 Levantamento Histórico

No início do século XX, o mundo passava pela transição da economia agrícola para a industrial com crescente evolução tecnológica e mudanças nos processos produtivos (TENÓRIO, 2006). A ideologia econômica predominante era o liberalismo de Adam Smith, Thomas Malthus, David Ricardo e John Stuart Mill. Nesse período, a RSE estava pautada na visão clássica de empresa, segundo a qual a companhia deveria buscar a maximização do lucro, gerar empregos e pagar impostos. Segundo Tenório (2006), o liberalismo não estimulava a prática de ações sociais e até as condenava, pois entendia que a caridade não tinha o potencial de melhorar as condições da coletividade, nem era uma responsabilidade dos empresários.

Dessa forma, na época, a responsabilidade social limitava-se ao ato filantrópico. Práticas desse gênero, segundo Kleiton (2004), são uma manifestação paternalista do poder corporativo, dado que estimulam as empresas, nas figuras de seus executivos, a serem generosas com os “desfavorecidos”, e a considerar, no curso de suas atividades, também os interesses de outros atores sociais.

Ao se intensificar o liberalismo e o capitalismo, os impactos da industrialização passaram a ser notados, mais claramente, pois esse processo estava a degradar a qualidade de vida da população, a causar problemas ambientais e a precarizar as relações de trabalho (TENÓRIO, 2006). Essa conjuntura fez a sociedade começar a

se mobilizar, pressionando o Governo e as empresas a solucionarem os problemas gerados pela industrialização.

Kleiton (2004) descreve que, a partir de 1960, viveu-se uma fase de extraordinária mobilização cívica revolucionária, além de grande progresso tecnológico e acrescenta a crise do dólar e do petróleo ao fim do período próspero que se estendeu de 1945 a 1973. Como consequência, a economia capitalista enfrentou graves oscilações conjunturais, profundas recessões, desaceleração do crescimento e elevação das taxas de desemprego. Esse contexto de crise motivou lutas de classe e greves em diferentes países.

O autor continua sua explanação enfatizando que, em razão dessa repercussão, as novas teorias organizacionais começaram a defender a percepção de que as decisões empresariais não são atribuídas exclusivamente aos indivíduos, mas tomadas em âmbito organizacional. Desenvolve-se aí a ideia de responsabilidade corporativa.

Ao mesmo tempo, a ideia de responsabilidade social dissocia-se progressivamente da noção discricionária de filantropia e passa a se referir à culpabilidade das consequências das próprias atividades usuais da empresa. De acordo com Tenório (2005), somente a partir de 1970, é que os trabalhos voltados a essa problemática ganharam destaque. Blowfield e Frynas (2005) destacam que, na década de 1990, a RSE ganhou certa autonomia, constituindo um campo distinto, mas ainda as pesquisas da área concentravam-se em economias desenvolvidas e em normas universais de direitos trabalhistas. Somente, a partir da década de 1990, é que as investigações nesse âmbito passaram a contemplar a aplicação da RSE, em países em desenvolvimento, caso do Brasil, contexto ao qual a seção que segue é dedicada.

2.4.2 O Início das Práticas de RSE no Brasil

Historicamente, como descrito por Bandeira e Parra (2009), o Brasil entrou muito tarde na dinâmica capitalista. Consequentemente, o discurso sobre a RSE no país teve início, apenas nos anos 1960, e só ascendeu ao debate profissional e acadêmico, em 1980, intensificando-se na década seguinte, graças ao período de redemocratização e abertura econômica nacional e aos direitos conquistados com a Constituição Federal de 1988. De acordo com Pereira (2007 apud PENEDO et al.,

2017, tradução da autora), no Brasil, a responsabilidade social pode ser dividida em três períodos:

- I. Inicialmente não havia interferência do Estado, as ajudas oferecidas pelas organizações eram vistas como um “favor pessoal”. Durante esta fase, marcada pelo início da industrialização e urbanização acelerada, não houve interação efetiva [...]
- II. Num segundo período, com uma mudança de racionalidade imposta pela urbanização e pela expansão do capitalismo no país, leis trabalhistas foram criadas para determinar as mínimas condições que os empresários deveriam seguir [...]
- III. O último período começa pela interrupção da lógica anterior e pelo fim da interferência do Estado em problemas sociais argumentando-se que a indústria precisa se tornar mais competitiva pela redução de custos. Durante este período, houve uma retração das ações sociais reguladas pelo Estado e se multiplicaram os institutos empresariais que se interessavam em melhorar sua imagem através de certificados, prêmios e relatórios de padrões sociais com o uso do marketing social. (tradução da autora)

Com base nesta primeira análise, é possível perceber que o movimento de RSE brasileiro disseminou-se com lentidão e manteve historicamente o caráter de filantropia assistencialista (REIS, 2007). Esse é um dos motivos pelos quais o debate sobre essa problemática em território nacional ainda é reduzido e carente de aprofundamentos.

Uma das primeiras referências acadêmicas ao assunto, no Brasil, aponta que a responsabilidade social das empresas está alicerçada no compromisso automático. As organizações devem atuar na resolução de problemas que afetam o coletivo, especialmente aquele que ocupa o meio em que a empresa está inserida (Tomei 1984 apud BANDEIRA; PARRA, 2009).

No âmbito empresarial, as práticas de RSE começaram a surgir, quando o setor privado passou a se preocupar – pelo bem coletivo ou individual - com a gravidade dos problemas sociais do país. Reis (2007) ressalta a criação de fundações, como a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas (ADCE), o Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (Ides) e o Grupo de Instituições, Fundações e Empresas (Gife). Tais entidades proliferaram pelo país buscando aumentar o diálogo e o entendimento em prol do desenvolvimento humano, além de instrumentalizar e qualificar tecnicamente as empresas e os indivíduos que quisessem realizar investimentos sociais.

Na década de 1990, o Instituto Brasileiro de Análises Sociais (Ibase) implementa o Balanço Social Brasileiro, e o Instituto Ethos disponibiliza o Indicadores

Ethos. Ambos são ferramentas que visam ajudar as empresas a compreenderem e incorporarem o conceito de responsabilidade social na gestão ao mesmo tempo em que as avaliam. Melo Neto e Froes (1999), afirmam que o Balanço Social não é uma obrigatoriedade imposta por lei, mas tem sido largamente usado pelas empresas como instrumento de gestão, porque tem a qualidade de ser a expressão da cidadania empresarial, ao permitir que a corporação preste contas à sociedade, ao apresentar os dados referentes aos investimentos que fez em ações sociais e ambientais.

A obtenção de certificados de padrão de qualidade e de adesão ambiental, como as normas ISO, por centenas de empresas brasileiras, também é outro símbolo de avanço (PASSADOR, 2002). Nessa mesma linha, a Câmara do Comércio de São Paulo institui o Prêmio ECO – Empresa e Comunidade, com a finalidade de reconhecer e divulgar esforços realizados por empresas que desenvolvem projetos sociais para a promoção da cidade em cinco categorias: cultura, educação, participação comunitária, educação ambiental e saúde.

Cohen (2000 apud BANDEIRA; PARRA, 2009) defende que as empresas no Brasil estão se tornando cada vez mais conscientes. De acordo com sua pesquisa, 56% das empresas brasileiras e multinacionais estão investindo em ações sociais, e esse percentual vem crescendo. Entretanto, o movimento responsável empresarial está apenas em construção. A configuração da RSE está mudando, graças ao discurso sustentável, o qual mostra que tomar uma atitude social não necessariamente implica ser socialmente responsável, pois ações de pura filantropia não produzem sustentabilidade.

2.5 A IMPORTÂNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL

O debate sobre o papel das empresas na sociedade se sustenta sobre dois pilares representados por duas teorias contrárias, a dos *shareholders* e a dos *stakeholders*. A primeira enfatiza, conforme Rappaport (2001 apud AMARAL; IQUIPAZA, 2013), que os gestores das empresas têm a função de maximizar a riqueza dos acionistas, o que equivale dizer que a única responsabilidade social da empresa é gerar valor ao proprietário com a observância das leis e regras morais da sociedade. De tal modo, as empresas estariam isentas de terem de lidar com questões sociais e ambientais, porque, nessa perspectiva, essas organizações não teriam força política para tal.

Brigham e Ehrhardt (2010 apud AMARAL; IQUIPAZA, 2013) complementam afirmando que a geração de lucros para os acionistas seria em si a responsabilidade social e ética das empresas. Isso porque, segundo essa visão, a organização busca ofertar produtos e serviços com qualidade a preços acessíveis, o que movimenta a economia e gera empregos

Em contrapartida, a teoria dos *stakeholders*, segundo Amaral e Iquipaza (2013), ressalta que a função dos gestores é muito mais ampla que a busca por lucros e o aumento da riqueza dos acionistas. Isso porque as decisões empresariais têm impacto sobre outros atores sociais, sendo necessário equilibrar os interesses corporativos e dos agentes externos à empresa.

Gitman (1997 apud AMARAL; IQUIPAZA, 2013) destaca a importância de uma empresa estar atenta aos *stakeholders*, e, conseqüentemente, evitar medidas que possam prejudicá-los. Essa conduta pode gerar maiores benefícios aos próprios acionistas, ao manter um melhor relacionamento com os agentes afetados e interessados, minimizando conflitos e lides.

A RSE constitui uma vertente prática dessa segunda teoria. Em uma ampla interpretação da ideia de responsabilidade social, pode ser argumentado que as empresas têm deveres cívicos e morais de atuar de forma ética e de se comprometer com atividades que beneficiem a sociedade como um todo (KLEITON, 2004).

Em 1999, a *Enviroics International* realizou uma pesquisa com cidadãos de 23 países desenvolvidos e em desenvolvimento para detectar a opinião pública quanto aos deveres e responsabilidade das empresas. O resultado não foi unânime. No Ocidente, as pessoas acreditam que as corporações devem estabelecer altos padrões éticos e ajudar a construir uma sociedade melhor. Já os entrevistados de países, como China e Cazaquistão, afirmam que as empresas devem se ater a gerar lucro, pagar impostos, criar empregos e obedecer à lei (REINHARDT; STAVINS; VIETOR, 2008).

Estendendo a análise dos resultados de pesquisas como essa, Blowfield e Frynas (2005) ressaltam que as práticas de RSE são frequentemente entendidas como o preenchimento de lacunas deixadas pela falta de governança e geradas no contexto de aceleração da globalização econômica liberal. Essa é a realidade que se evidencia especialmente em países em desenvolvimento.

A esse respeito, Moon (2007) explica que nesses países, verifica-se falta de vontade política ou incapacidade do Governo para solucionar os problemas sociais existentes. Nesse caso, as empresas podem proporcionar à sociedade oportunidades

de educação, saúde e emprego, por exemplo. O autor cita também a ideia de parceria entre Governos e empresas, ao afirmar que aqueles, muitas vezes, esperam destas apoio para realizar suas funções.

Além disso, como observado por Blowfield e Frynas (2005), nos países nos quais as leis locais são mais fracas, as abordagens voluntárias podem encorajar as empresas multinacionais a introduzir níveis mais altos de desempenho do que os necessários para a conformidade legal local. Reinhardt, Stavins e Vietor (2008) elucidam essa situação, ao expor que as atividades socialmente responsáveis realizadas pelas empresas que abordam questões ambientais não regulamentadas, mas com preocupação científica ou política significativa, podem gerar benefícios sociais líquidos positivos.

Assim, muitas intervenções relativamente econômicas já implantadas em países industrializados ainda podem estar disponíveis para empresas que operam em países em desenvolvimento. Isso sugere que a RSE poderia proporcionar ganhos significativos no bem-estar social líquido. Por exemplo, se uma indústria decide voluntariamente reduzir sua emissão de poluentes, a população asmática que vive perto da fábrica tem ganhos sociais diretos com essa nova prática. Em suma, como resumido por Blowfield e Fynas (2005), a RSE, no contexto de desenvolvimento internacional e alívio da pobreza, contribui simultaneamente para os direitos humanos, a equidade e o crescimento econômico universal.

3 PANORÂMA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL EMPRESARIAL NO BRASIL

O presente capítulo tem por objetivo realizar uma investigação explicativa sobre o cenário da responsabilidade social empresarial (RSE) no Brasil mediante levantamento bibliográfico.

3.1 O PERFIL BRASILEIRO DAS PRÁTICAS DE RSE

Muitos estudiosos de Economia e Administração concordam que a configuração da RSE no Brasil está mudando e se desenvolvendo, pois a mesma ainda se apresenta de forma paternalista, sem levar em conta os verdadeiros impactos sociais e ambientais que gera. Bandeira e Parra (2009), afirmam que, devido ao discurso da sustentabilidade, existem muitos recursos críticos sobre a RSE, especialmente, no que se refere às ações sociais e filantrópicas. O principal argumento é que a ação social não é sinônimo de prática socialmente responsável. Muitas vezes, a ação social é apenas filantrópica, o que não produz sustentabilidade. Isso porque a filantropia, segundo Reis (2007), tende a fazer a manutenção de condições sociais que deveriam ser superadas, ou seja, não empreende uma verdadeira transformação social. Isso exige que os gestores e administradores das empresas repensem sua atuação social e a efetividade destas.

Segundo Melo Neto e Froes (1999), a modalidade de ações de investimentos em projetos e programas sociais é a que mais cresce no país. Empresas nacionais e multinacionais estão criando institutos sociais para gerir as próprias ações sociais. Outras financiam diretamente projetos da comunidade e algumas criam e desenvolvem seus programas e projetos sociais. Atualmente, existem dois tipos de patrocínios de projetos sociais:

- a) **Projetos sociais de terceiros** – Nesse tipo de patrocínio, empresas atuam em conjunto com os Governos no financiamento de suas ações sociais. São exemplos todas as empresas que contribuem e atuam como parceiras no programa Comunidade Solidária, do Governo Federal, e outras que atuam em parceria nos programas financiados pelas câmaras do comércio e demais entidades patronais e associações profissionais; e
- b) **Projetos sociais próprios** – Nessa tipologia, as empresas, por meio de seus institutos e fundações sociais, criam seus próprios projetos e os implementam com

recursos próprios. Muitas dessas empresas escolhem áreas específicas de atuação social e se especializam em desenvolver projetos em tais áreas.

Passador (2002) conclui que a prática brasileira da responsabilidade social revela a preferência pela forma direta de atuar, mediante projetos próprios ou de parcerias, em vez da prática de doações. Em resumo, nos projetos de patrocínio, a empresa busca alavancar e desenvolver seu negócio, fazendo uso das potencialidades do *marketing* social. Com isso, a empresa estreita seu relacionamento com seus clientes e parceiros.

No Brasil, a responsabilidade social não está expressa em caráter obrigatório. Sendo assim, a publicação do Balanço Social é facultativa e pouca informação é prestada nesse demonstrativo sobre a participação das empresas privadas em atividades sociais. O que existe são vários estudos e pesquisas de caráter isolado e restritos ao conjunto das empresas de maior porte ou mais organizadas, conforme assinalam Frey e Frey (2005)

O Instituto de Pesquisa e Economia Aplicada (Ipea) desenvolveu um estudo intitulado Pesquisa de Ação Social das Empresas, no ano de 2002, segundo o qual ficou evidenciado que os empresários têm buscado seus próprios caminhos para enfrentar a pobreza que afeta grande parte da população brasileira. Com essa pesquisa, obtiveram-se importantes dados para estabelecer uma investigação explicativa das ações de RSE no país.

Segundo dados globais da pesquisa realizada nas cinco regiões geográficas do país, 59% das empresas com um ou mais empregados declararam realizar, em caráter voluntário, algum tipo de ação social para a comunidade. Essas contribuições envolvem desde doações eventuais a pessoas carentes até repasses a instituições que executam pequenos ou grandes projetos sociais.

A pesquisa ainda revelou que 67% das empresas do Sudeste realizam mais ações sociais em prol da comunidade, sendo a região que mais atua. Também merece atenção a região Sul, na qual essa prática é encontrada em apenas 46% das empresas.

Putman (2000 apud FREY; FREY, 2005) constatou que algumas importantes diferenças entre regiões estão diretamente ligadas às características da organização social e das relações cívicas encontradas. As tradições cívicas, o capital social e as práticas colaborativas são a base para as regiões enfrentarem e se adaptarem aos desafios e oportunidades de realidade presente e futura.

Outro dado revelado na pesquisa realizada pelo Ipea (2002) é que empresas maiores fazem mais. Oitenta e oito por cento das empresas de grande porte, com mais de quinhentos funcionários, financiam projetos ou apoiam ações em benefício da comunidade. Na região Sudeste, 95% das grandes companhias realizam práticas sociais contra 62% das pequenas empresas. A esse respeito, Oliveira (2003 apud BANDEIRA; PARRA, 2009) sugere que, em virtude dos altos impostos brasileiros, muitas pequenas empresas não publicam suas informações sociais, pois, isso aumentaria seus custos.

Quanto à diferenciação de setores, a pesquisa do Ipea (2002) ainda mostrou que são pequenas as diferenças de participação no campo social entre o comércio, a indústria e os serviços. Esses setores, nos respectivos percentuais de 61%, 60% e 58%, declararam realizar algum tipo de ação social para seu público externo. Sobre as áreas destinadas, ficou comprovado na pesquisa que as atividades de assistência social e de alimentação são as mais realizadas pelo empresariado do país. A pesquisa mostrou que a educação e a saúde não são focos prioritários do investimento social privado, tendo menos de 20% das empresas informado apoiar atividades nessas áreas. Além disso, o principal destinatário são as crianças: 62% das empresas, na média nacional, promovem ações voltadas para o grupo infantil; 40% para a família; 27% para a comunidade, em geral; 25% para portadores de deficiência; e percentuais menores para o atendimento ao idoso, à mulher e a pessoas com doenças graves.

Ainda, o levantamento do Ipea mostrou que o grande motor da ação social é a filantropia, ficando constatado que 76% das empresas que realizam atividades sociais o fazem por motivos humanitários. Pouco mais de um terço das empresas são levadas a atuar por demandas de comunidades que habitam no seu entorno; e 33% realizam ações sociais por pedidos de entidades filantrópicas. Um terceiro conjunto de motivações diz respeito a preocupações internas ao negócio, havendo 26% das empresas do país que realizam ações sociais, para melhorar sua imagem perante a sociedade, e 25% para aumentar a satisfação de seus empregados.

Por fim, a pesquisa revelou que, juntas, as 452 mil empresas do país com um ou mais funcionários que atuam voluntariamente no atendimento de comunidades aplicaram, no ano de 2000, aproximadamente, R\$ 4,7 bilhões. Esse montante de recursos alocados parece ser expressivo, mas ainda pode crescer, pois equivale a 0,4% do PIB do país no ano de referência. Pode crescer e provavelmente crescerá,

na medida que 39% das empresas declararam que pretendem ampliar sua atuação em um futuro próximo (FREY; FREY, 2005).

Com o exposto, é possível concluir que o movimento da RSE no Brasil possui o seguinte carácter:

- a) Compensatórias são as ações sociais pontuais que contribuem para compensar, mas não diminuir as desigualdades sociais do país;
- b) Emergenciais são as ações (normalmente, doações diretas) motivadas pela gravidade dos problemas de grande parcela da população que vive abaixo da linha de pobreza; e
- c) Assistencialistas são as ações que pouco contribuem para a transformação da realidade social.

Reis (2007) afirma que essas práticas se configuram no campo da assistência social, principalmente, da alimentação e do abastecimento. O IPEA não define o que são as ações de assistência social, mas, na Constituição de 1988, está expressa no item Seguridade Social, passando da concepção de ajuda humanitária ao direito social. Essa forma de atuação compromete a avaliação, o aperfeiçoamento e a continuidade da ação, tendo como resultado a negação da transformação social necessária (GIFE 2002 apud REIS, 2001).

O autor conclui que, na realidade, a conscientização do empresariado sobre a gravidade da situação social que assola o país e a necessidade de assumir uma atitude proativa e planejada na resolução dos problemas sociais implicaria que assumissem um compromisso com a coletividade. Como cultura expressa em um modelo de gestão de negócios socialmente responsável, que ultrapassasse ações de doação, filantropia e assistência social.

4 CONCLUSÃO

Ao longo deste trabalho, evidenciou-se que definições de responsabilidade social empresarial (RSE) variem de acordo com o contexto econômico e social em que são formuladas, sobretudo, em função dos interesses dos grupos que as formulam, que tendem a ressaltar determinados aspectos e princípios em detrimentos de outros. No entanto, demonstra-se que existe um consenso mínimo, o qual se refere ao fato de que as empresas devem pautar suas ações em três aspectos: (i) reconhecer os impactos causados por suas atividades na sociedade; (ii) gerenciar os impactos econômicos, sociais e ambientais de suas operações; e (iii) realizar esses propósitos mediante diálogos permanentes com as partes interessadas, às vezes, fazendo parcerias com outros grupos e organizações.

Na prática, essas ações se referem à adoção de um modelo de gestão de negócios, no qual essas empresas, estando conscientes de seu compromisso social e da corresponsabilidade no desenvolvimento social humano, ouvem, preservam e respeitam os interesses de diferentes partes – seus *stakeholders*. Contemplando diferentes necessidades de planejamento de seu negócio e operacionalizando-as por meio de suas decisões e atividades.

Apesar de essa concepção estar sendo cada vez mais difundida, especialmente, nos países desenvolvidos, as empresas enfrentam corriqueiramente novos desafios – geralmente, impostos pelas exigências dos consumidores, pela pressão de grupos da sociedade e por legislações e normas éticas e trabalhistas em todos os locais de produção e em toda a cadeia produtiva. Contudo, o comportamento socialmente responsável também se mostra um fator diferencial que ajuda a construir e a consolidar a marca empresarial, representando um investimento para a sustentabilidade e o sucesso da companhia, no longo prazo.

No Brasil, a RSE ganhou novo fôlego em sua implementação ao serem adotados modelos que surgem com as novas organizações fixadas no país e em decorrência da falta de atuação do Estado em amenizar os problemas sociais. Ainda assim, as novas práticas permanecem como um desafio, justamente, por seu carácter patriarcal, baseado em ações filantrópicas, as quais não contribuem efetivamente para a melhoria das condições de vida da sociedade e para a transformação da realidade social vigente.

Deve estar claro que a filantropia empresarial, ao investir na sociedade, não presta favores ou doa benefícios. O entendimento que tem se consolidado é o de que, na atualidade, as empresas devem acompanhar os projetos e aperfeiçoar as ações, com o propósito de dar retorno em face dos investimentos realizados, não em lucros financeiros para si mesmas, mas para a sustentabilidade do projeto.

Há indícios de que os empresários brasileiros não têm clareza sobre o que é uma ação de carácter compensatório, emergencial, pontual e paternalista. Esta, ao mesmo tempo que minimiza a situação de extrema carência, colabora para reproduzir as mesmas condições sociais vigentes e estruturais de desigualdade e exclusão social. Como consequência, não contribuem para a transformação social das condições de pobreza, baixa qualidade de vida e para o processo de desenvolvimento social do país.

Têm-se consciência de que o Estado é insuficiente para promover soluções para a crescente complexidade dos problemas sociais, porém, o mesmo não pode ausentar-se de sua responsabilidade. No caso brasileiro, os diversos problemas sociais existentes são, em verdade, estruturais e históricos, e demandam esforços integrados e responsabilidades compartilhadas em direção ao desenvolvimento econômico sustentável, condição necessária para o desenvolvimento humano e social, e para promover justiça e maior nível de bem-estar social. Logo, a RSE é mais do que um conceito, porque requer um novo modelo de relações sociais no centro da sociedade capitalista, devendo ser assumida como um compromisso social de toda a humanidade na construção de uma sociedade mais justa, social e economicamente responsável e sustentável.

Este trabalho cumpriu com seu objetivo de realizar um levantamento completo sobre a Responsabilidade Social Empresarial – história, conceitos, atuação das empresas – e sobre a cena desta no Brasil. Porém, ficou limitado em conseguir explicar os ganhos reais e o impacto dessas práticas ao bem-estar social. A literatura correlacionando as duas variáveis é escassa e deveria ser uma tema mais abordado entre os cientistas e acadêmicos. Do mesmo modo, formas de aumentar sua difusão deveriam ser mais enfáticas, principalmente em território nacional, para termos ganhos sustentáveis.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, H. de. O papel das empresas no âmbito da responsabilidade social. **Sapientia**. Algarve, 2013, Disponível em: <<https://sapientia.ualg.pt/bitstream/10400.1/3703/1/Artigo%20O%20PAPEL%20DAS%20EMPRESAS%20NO%20%C3%82MBITO%20DA%20RESPONSABILIDADE%20SOCIAL.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2017.

AMARAL, G. H. O; IQUIPAZA, R. A. Rentabilidade e desempenho de ações de empresas socialmente responsáveis. **ReFAE – Revista de Administração e Economia**. São Paulo, v. 4, n. 2, p. 61-81, 2013. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/ReFAE/article/view/3114/0>>. Acesso em: 22 nov. 2017.

AMBEV. **Os nossos valores na comunidade**. Disponível em: <<https://www.ambev.com.br/sustentabilidade/desenvolvimento/>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

BANDEIRA, M. L.; PARRA, F. L. Brazil: CSR under construction. In: IDOWU, S. O.; FILHO, W. L. (Eds.). **Global Practices of Corporate Social Responsibility**. Heidelberg: Springer, 2009, p. 309-320.

BRASIL. Lei n. 9.790, de 23 de março de 1999. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 24 mar. 1999. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9790.htm>. Acesso em: 22 nov. 2017.

_____. Lei n. 13.204, de 14 de dezembro de 2015. **Diário Oficial da União**, Poder Executivo, Brasília, DF, 15 dez. 2015. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13204.htm#art9>. Acesso em: 22 nov. 2017.

BISWAS, A. K. et al. **Creating Shared Value**: Impacts of Nestlé's Moga Factory on Surrounding Area. Executive Summary. Third World Centre for Water Management, 2012. Disponível em: <<https://www.nestle.in/asset-library/documents/creating%20shared%20value/csv-moga-summary.pdf>>. Acesso em: 22 nov. 2017.

BLOWFIELD, M.; FRYNAS, J. G. Setting new agendas: critical perspectives on Corporate Social Responsibility in developing world. **International Affairs**, Oxford, v. 81, n. 3, p. 499–513, Maio 2005. Disponível em: <<https://academic.oup.com/ia/article-abstract/81/3/499/2434905>>. Acesso em: 22 mar. 2017.

CARROL, A. Corporate social responsibility: evolution of a definitional construct. **Business and Society**, Georgia, v.38, n.3, p.268-295, Set 1999. Disponível em: <<https://study.sagepub.com/sites/default/files/carroll.pdf>> Acesso em: 20 nov 2017.

CLARKSON, M. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. **Academy of Management Review**. Toronto, v. 20, n. 1, p. 92-117, Jan 1995. Disponível em: <<http://www.jstor.org/stable/pdf/258888.pdf>> Acesso em: 23 nov 2017.

FREY, M. R.; FREY, I. A. Responsabilidade social empresarial: um novo paradigma para a análise comparativa das diferentes dinâmicas de desenvolvimento regional. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Marcia_Frey/publication/238084815_RESPONSABILIDADE_SOCIAL_EMPRESARIAL_UM_NOVO_PARADIGMA_PARA_A_ANALISE_COMPARATIVA_DAS_DIFERENTES_DINAMICAS_DE_DESENVOLVIMENTO_REGIONAL/links/546e02ba0cf2b5fc17602d30/RESPONSABILIDADE-SOCIAL-EMPRESARIAL-UM-NOVO-PARADIGMA-PARA-A-ANALISE-COMPARATIVA-DAS-DIFERENTES-DINAMICAS-DE-DESENVOLVIMENTO-REGIONAL.pdf> Acesso em: 22 nov. 2017

JONES, M. T. Missing the forest for the trees: a critique of the corporate social responsibility discourse. **Business and Society**. Otago, v.35, n.1, p. 7-41, mar 1996. Disponível em: <<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/000765039603500102>> Acesso em: 25 Nov 2017

JUNQUEIRA, L. A. P. A gestão intersetorial das políticas sociais e o terceiro setor. **Saúde e Sociedade**, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 25-36, jan.-abr. 2004. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/sausoc/article/view/7105>>. Acesso em: 26 abr. 2017

KLEITON, M. P. A ética nas relações entre empresas e sociedade: fundamentos teóricos da responsabilidade social empresarial. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, XXVIII, 2004, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2004. Disponível em: <<http://xa.yimg.com/kq/groups/21939088/1184662280/name/TEXT0+02.pdf>> Acesso em: 21 nov. 2017.

LOURENÇO, A. G. e SCHRÖDER, D. S. Vale investir em Responsabilidade social Empresarial? Stakeholders, ganhos e perdas. In: **Responsabilidade Social nas Empresas: a contribuição das universidades**, v. II. São Paulo: Peirópolis: Instituto Ethos, 2003. Disponível em: <[file:///C:/Users/Jessica/Downloads/Responsabilidade+Social+Corporativa%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Jessica/Downloads/Responsabilidade+Social+Corporativa%20(1).pdf)>. Acesso em: 17 abr. 2017

IDOWU, S. O.; LEAL FILHO, W. LI. Global practices of CSR in context. In: _____. (Eds.). **Global Practices of Corporate Social Responsibility**. Heidelberg, Germany: Springer, 2009, p.1-7

MICROSOFT. **Corporate Social Responsibility**. Disponível em: <<https://www.microsoft.com/en-us/about/corporate-responsibility>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

MELO NETO, F. P; FROES, C. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: a administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro. Ed: Qualitmark, 1999

MOON, J. The contribution of corporate social responsibility to sustainable development. **Sustainable Development**. Nottingham, v. 15, n. 5, p. 296-306, Set-Out 2007. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/sd.346/full>>. Acesso em: 24 mar. 2017.

NATURA. **Natura é reconhecida com principal prêmio ambiental da ONU**. 10 set. 2015. Disponível em: <<http://www.natura.com.br/e/natura-e-reconhecida-com-principal-premio-ambiental-da-onu>>. Acesso em: 21 Nov. 2017.

PASSADOR, C. S. A responsabilidade social no Brasil: uma questão em andamento. In: CONGRESO INTERNACIONAL DEL CLAD SOBRE LA REFORMA DEL ESTADO Y DE LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA, 7., out. 2002, Lisboa. **Anais...** Lisboa, 2002. Disponível em: <<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/clad/clad0044201.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2017

PENEDO, A. S. T.; PEREIRA, V. S.; FODRA, M. Social Report and Environmental Responsibility in Brazil: a Thematic Review. **ReFAE - Revista da Faculdade de Administração e Economia**. São Paulo, v. 8, n. 2, p. 209-219, 2017. Disponível em: <<https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/ReFAE/article/view/6088>>. Acesso em: 22 nov. 2017.

REINHARDT, F. L.; STAVINS, R. N.; VIETOR, R. H. K. Corporate Social Responsibility through an economic lens. **Review of Environmental Economics and Policy**. Oxford, v. 2, n. 2, p. 219–239, Jul. 2008. Disponível em: <<https://academic.oup.com/reep/article-abstract/2/2/219/2888819>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

REIS, C. N. dos. A responsabilidade social das empresas: o contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo de mercado? **Revista de Economia Contemporânea**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 2, p. 279-305, maio/ago. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rec/v11n2/a04v11n2>>. Acesso em: 21 nov. 2017.

RESPONSABILIDADE SOCIAL. **O que é responsabilidade social?** Disponível em: <<http://www.responsabilidadesocial.com/o-que-e-responsabilidade-social/>>. Acesso em: 13 abr. 2017.

TENÓRIO, F. G. (Org.). **Responsabilidade social empresarial: teoria e prática**. 2. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2012.